

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Teori yang dijadikan dasar dalam menjelaskan pengaruh strategi diversifikasi, kepemilikan manajerial, dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan adalah sebagai berikut :

2.1.1 Strategi Diversifikasi

2.1.1.1 Definisi Strategi

Untuk mencapai keunggulan bersaing agar memperoleh keuntungan, suatu perusahaan membutuhkan strategi pada setiap langkah yang akan diambil.

Menurut Grede (2008:1) “ Strategi merupakan sebuah metode atau peta jalan yang diperlukan oleh perusahaan untuk melakukan pergerakan dari satu posisi ke posisi lainnya”

Strategi merupakan program luas yang menggambarkan maksud organisasi. Strategi bisnis membuat garis besar mengenai cara bisnis mencapai tujuannya dan memuat tanggapan organisasi terhadap tantangan dan kebutuhan baru. (Griffin:160)

Berdasarkan teori diatas, strategi merupakan bagian penting yang diperlukan untuk dapat mencapai tujuannya dan tetap dapat bertahan pada situasi yang tidak baik sekalipun.

2.1.1.2 Bentuk Strategi Diversifikasi

Perusahaan bisnis multidivisional besar biasanya memiliki tiga level strategi, yaitu strategi korporasi, strategi bisnis, dan strategi fungsional. Strategi korporasi menggambarkan arah perusahaan secara keseluruhan, mengenai sikap perusahaan secara umum terhadap pertumbuhan dan manajemen berbagai bisnis dan lini produk untuk mencapai keseimbangan portofolio produk dan jasa. (Suyanto, 2007: 107)

Dalam buku strategi korporasi oleh Parayudha (2009: 2) membagi strategi korporasi menjadi empat kelompok, sebagai berikut:

a. Strategi Integrasi

Strategi integrasi berarti menyatukan beberapa rentang bisnis mulai dari hulu, jaringan pemasok hingga hilir, jaringan distributor serta secara horizontal ke arah pesaing. Strategi integrasi ada tiga bentuk yaitu: strategi integritas ke depan (forward), strategi integritas ke belakang (backward), dan strategi integritas horizontal.

b. Strategi Intensif

Strategi yang menitikberatkan pada upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada. Strategi ini dibagi menjadi tiga strategi, yaitu: strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk.

c. Strategi Diversifikasi

Ada tiga bentuk strategi diversifikasi yakni: strategi diversifikasi konsentris, horizontal, dan konglomerat.

d. Strategi Defensif

Strategi yang akan mempertahankan posisi yang ada saat ini atau karena kondisi yang terbatas maka perusahaan paling tidak harus survive. Strategi ini dibagi menjadi tiga, yaitu: strategi penghematan, strategi divestasi, dan strategi likuidasi.

2.1.1.3 Definisi Strategi Diversifikasi

Effendi mengemukakan bahwa Strategi diversifikasi produk adalah sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, mode, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal.

Menurut David dan Rich (2015) diversifikasi usaha adalah keanekaragaman jenis usaha baik yang saling berkaitan maupun yang tidak saling berkaitan. Diversifikasi merupakan salah satu strategi investasi yang menjadi pilihan manajer. Dengan menunjukkan diversifikasi perusahaan, manajer dapat menunjukkan keuntungan yang lebih besar, karena usaha yang dikelola semakin tinggi maka resiko yang akan dihadapi oleh perusahaan juga akan tinggi. Penerapan strategi diversifikasi ini bertujuan untuk memaksimalkan ukuran dan keragaman usaha, sehingga pemilik dapat memperoleh keuntungan yang tinggi dari beberapa segmen usaha yang dimiliki. Menurut Ranguti (2013:183) :

“strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh perusahaan terutama jika perusahaan tersebut telah berada dalam tahap kedewasaan.”

Dari beberapa definisi mengenai strategi diversifikasi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi diversifikasi adalah strategi pertumbuhan yang digunakan perusahaan dengan menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperluas wilayah operasional.

2.1.1.4 Tujuan Strategi Diversifikasi

Terdapat beberapa alasan yang menjadi tujuan perusahaan dalam melakukan diversifikasi. Menurut Harberd dan Rieple (2003:347) diversifikasi dilakukan dengan beberapa tujuan, diantaranya :

1. *To seek growth and capture value added*

Tujuan pertumbuhan dan nilai tambah dapat terpenuhi ketika perusahaan berinvestasi pada usaha yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, misalnya melakukan akuisisi perusahaan yang memiliki sumber daya strategis seperti pemasok yang memproduksi bahan baku utama perusahaan atau distributor yang telah memiliki saluran distribusi yang luas. Diversifikasi usaha melalui akuisisi seperti ini dapat meningkatkan pertumbuhan pendapatan yang diharapkan dapat terjadi. Nilai tambah yang dapat diperoleh dari akuisisi ini adalah bahwa perusahaan memperoleh keuntungan secara tidak langsung melalui perusahaan yang diakuisisi tersebut.

2. *To spread risk*

Tujuan meratakan tingkat risiko dimaksudkan bahwa dengan berinvestasi pada beberapa usaha maka risiko yang dimiliki oleh satu

usaha tidak berpengaruh secara total terhadap perusahaan karena dapat diimbangi oleh return yang diperoleh dari usaha lain. Perusahaan yang bergerak dalam satu bidang usaha saja hanya menerima return dari satu usaha tersebut. Perusahaan yang melakukan diversifikasi usaha akan memperoleh return dari sumber yang berbeda dan dapat menutup risiko dari usaha yang lain. Hal ini dapat terjadi karena setiap usaha memiliki risiko dan return yang berbeda satu sama lain.

3. *To prevent a competitor from going ground*

Melalui penguasaan pada usaha yang memiliki sumber daya strategis selain dapat memberikan nilai tambah juga dapat mencegah pengusahaan oleh pesaing.

4. *To achieve synergy*

Sinergi dimaksudkan sebagai kemampuan untuk mencapai sesuatu dengan melakukan kombinasi antara segmen usaha yang tidak bisa dicapai jika segmen usaha tersebut bekerja sendiri sendiri.

5. *To control the supply or distribusi chain*

Penguasaan atas pemasok dan distributor dalam strategi diversifikasi usaha yang berkaitan dapat memudahkan perusahaan dalam mengendalikan harga dan mutu agar dapat bersaing. Penguasaan modal internal akan meningkatkan kekuatan perusahaan atas produk yang dihasilkan.

6. *To fulfill the personal ambition of the senior managers*

Pemenuhan ambisi dari personel manajer berkaitan dengan reward yang akan diterima. Reward diberikan kepada manajer sesuai dengan ruang

lingkup tugas yang harus dilakukan. Pada perusahaan yang melakukan strategi diversifikasi usaha maka ruang lingkup tugas manajer juga diharapkan akan semakin besar.

2.1.1.5 Jenis Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap suatu produk ada tiga macam menurut Sulaksana (2007), antara lain :

1. Strategi Diversifikasi yang Terkonsentrasi

Strategi ini bertujuan untuk menarik konsumen baru dengan menambah jenis-jenis produk baru yang mempunyai teknologi dan cara pemasaran yang sama.

2. Strategi Diversifikasi Horizontal

Strategi ini dilakukan untuk memperluas *product line* yang dapat ditawarkan kepada konsumen saat ini. Perluasan *product line* ini dilakukan dengan teknologi yang digunakan pada produksi sekarang.

3. Strategi Diversifikasi Konglomerat

Strategi ini bertujuan untuk menarik kelompok konsumen baru melalui diversifikasi pada produk yang tak memiliki hubungan teknologi, produk pasar yang dilayani perusahaan pada saat ini.

Sedangkan menurut Hitt et all (2001) strategi diversifikasi dapat dikategorikan menjadi dua bagian berdasarkan tingkat keeratan diversifikasi dalam menambah nilai perusahaan, yaitu :

1. Diversifikasi berkaitan (*related diversification*) dapat dilakukan melalui berbagai aktivitas dan mentransfer kompetensi inti. Berbagai aktifitas sering

kali menurunkan biaya atau meningkatkan diferensiasi, contohnya dengan memakai sistem distribusi fisik dan daya penjualan yang sama bagi divisi-divisi perusahaan.

2. Diversifikasi yang tidak berkaitan (*unrelated diversification*) dapat dilakukan melalui alokasi pasar modal internal yang efisien dan restrukturisasi. Strategi diversifikasi alternatif alokasi pasar modal internal yang efisien, bagi perusahaan sering kali mengusahakan strategi ini dengan diversifikasi lewat akuisisi

2.1.1.6 Pengukuran Strategi Diversifikasi

Level diversifikasi menurut Harto (2007: 211), dapat diukur dari jumlah segmen usaha yang dimiliki. Level strategi diversifikasi perusahaan diukur dengan tiga cara, yaitu: jumlah segmen usaha yang dimiliki oleh perusahaan, jumlah anak perusahaan (*subsidiary*) yang masuk ke dalam konsolidasi atau tingkat kepemilikan sahamnya 50% ke atas, dan dengan indeks *herfindahl* dari jumlah penjualan segmen usaha perusahaan.

Untuk melihat level diversifikasi perusahaan, terdapat beberapa ukuran yang bisa dipakai untuk mengidentifikasinya. Salah satu ukuran yang banyak dipakai adalah jumlah segmen usaha yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini, perusahaan akan melaporkan segmen usaha sebagai bagian dari laporan keuangan yang diterbitkan. Sesuai dengan PSAK No. 05 revisi 2000 mengenai pelaporan segmen (IAI, 2000), perusahaan yang memiliki berbagai segmen usaha wajib melakukan pengungkapan. Segmen usaha melaporkan produk dan jasa pada lini usaha yang berbeda dengan risiko dan imbalan yang berbeda.

Indeks *Herfindahl* digunakan untuk mengukur level diversifikasi dalam penelitian ini, dengan rumus:

$$HHI = \sum_{i=t}^n \text{segsales}^2 / (\sum_{i=t}^n \text{sales})^2$$

Keterangan:

Segsales: penjualan masing-masing segmen

Sales: total penjualan

2.1.2 Kepemilikan Manajerial

2.1.2.1 Definisi Kepemilikan Manajerial

Pengambilan keputusan untuk memaksimalkan sumber daya yang dimiliki perusahaan harus diambil oleh seorang manajer dalam menjalankan bisnisnya. Jika manajer bertindak untuk kepentingannya sendiri maka akan timbul ancaman bagi perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah situasi di mana seorang manajer memiliki saham perusahaan. Kepemilikan manajerial menunjukkan peran ganda seorang manajer agar dapat mengoptimalkan keuntungan perusahaan dan tidak menginginkan perusahaan mengalami kesulitan keuangan atau bahkan mengalami kebangkrutan yang berdampak hilangnya insentif dan return serta investasinya (Sari 2015).

Meningkatnya jumlah kepemilikan saham manajemen dalam perusahaan digunakan sebagai salah satu cara untuk mengatasi masalah yang ada di perusahaan. Kepemilikan manajerial yang tinggi dapat mengurangi konflik antara principal dan agent. Sebagai pemegang saham, manajer akan termotivasi untuk

memajukan perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam mengelola perusahaan, manajer akan bertindak dengan lebih baik karena, keuntungan yang didapatkan perusahaan akan mempengaruhi kesejahteraan mereka sebagai pemegang saham. Kepemilikan saham oleh manajer juga akan membuat keputusan antara pemegang saham dan manajer menjadi searah (Fatmawati, 2016).

Muryanti (2016) berpendapat semakin besar proporsi kepemilikan saham manajerial pada perusahaan, maka manajer cenderung berusaha lebih giat karena manajer mempunyai kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham, namun disisi lain manajer juga mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Manajer juga akan termotivasi untuk menciptakan kinerja perusahaan secara optimal dan berusaha untuk mengurangi konflik kepentingan (konflik keagenan) dan menurunkan kecenderungan manajer untuk melakukan tindakan oportunistik.

2.1.2.2 Stuktur Kepemilikan Manajerial

Ada lima kepemilikan saham menurut Murdika (2014), yaitu :

1. “Kepemilikan privat, kepemilikan privat 80% atau lebih dari jumlah saham dalam perusahaan publik yang dimiliki oleh individu atau kelompok bisnis yang berkepentingan.
2. Kepemilikan mayoritas, jika 50-80% jumlah saham dalam perusahaan publik dimiliki oleh individu tertentu.
3. Kepemilikan minoritas, jika 20-50% saham perusahaan publik dimiliki oleh individu yang berkepentingan dalam perusahaan.

4. Kepemilikan manajemen, jika kurang dari 20% saham perusahaan publik dimiliki oleh individu atau kelompok bisnis yang berkepentingan dalam perusahaan.
5. Kepemilikan pyramid. Suatu keadaan dimana mayoritas kepemilikan saham dimiliki oleh perusahaan besar yang cenderung memiliki juga saham perusahaan lain”.

2.1.2.3 Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Mudrika (2014), rumus kepemilikan manajerial sebagai berikut :

Persentase Kepemilikan Manajerial :

$$\frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki Komisaris dan Direktur}}{\text{Total Saham}} \times 100\%$$

Kepemilikan saham yang dimiliki manajemen perusahaan yang diukur dengan persentase jumlah saham yang dimiliki manajemen.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Secara umum, Ukuran Perusahaan dapat diartikan sebagai suatu cara untuk membandingkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat terlihat atau dinilai dari beberapa aspek antara lain total nilai aset, total penjualan, kapasitas pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Ukuran besar kecilnya suatu

perusahaan terbagi menjadi empat kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), Perusahaan menengah (*Medium Size*), perusahaan kecil (*small size*), dan perusahaan mikro. Berdasarkan hal tersebut, maka disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat menjadi suatu indikator gambaran kondisi atau karakteristik suatu perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan dalam perusahaan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar.

Menurut Brigham & Houston (2010:4) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.

Kurniasih (2012:148) menyatakan ukuran perusahaan sebagai berikut :

“Ukuran perusahaan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan”

Ukuran perusahaan cenderung mencerminkan penilai pemegang saham atas keseluruhan aspek dari kinerja keuangan perusahaan di masa lampau dan perkiraan di masa yang akan datang. Hubungan antara besar aset dan perolehan modal sangatlah kuat, dimana perusahaan yang memiliki aset yang besar maka akan membuat perusahaan memiliki kestabilan dalam kondisi keuangan yang akan mempermudah proses perolehan modal dibandingkan dengan perusahaan dengan aset yang lebih rendah. Akses mendapatkan modal dari berbagai sumber untuk perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan lebih mudah, sehingga peminjaman dana dari kredit akan lebih mudah juga dikarenakan besar ukuran

sebuah perusahaan dapat memastikan kemenangan dalam persaingan karena profitabilitas yang lebih besar. Namun, perusahaan dengan skala kecil memiliki keuntungannya sendiri, dimana perusahaan itu lebih fleksibel dalam menghadapi ketidakpastian, karena perusahaan kecil dapat lebih cepat bereaksi terhadap perubahan yang bersifat mendadak.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total asset, total penjualan, jumlah laba sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan.

2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No.2 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No.20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut :

“Dalam undang-undang ini yang dimaksud dengan :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undangan ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.”

Adanya keputusan ketua Badan Pengawas Pasar Modal mengenai besarnya jumlah kekayaan yang dimiliki perusahaan dapat diketahui bahwa semakin besar total aset menggambarkan semakin besar ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset yang dimiliki oleh perusahaan diatur dengan ketentuan BAPEPAM No.11/PM/1997 Pasal 1 Ayat 1a yang berbunyi :

“Perusahaan menengah atau kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (Total Aset) tidak lebih dari Rp 100.000.000.000 (Seratus Milyar Rupiah)”.

Tabel 2.1

Klasifikasi Tingkatan Skala perusahaan

Skala Perusahaan	Tingkatan Tenaga Kerja	Tingkat Penjualan
Perusahaan Kecil	5-19 orang	< Rp 3 Milyar
Perusahaan Sedang	20-99 orang	Rp 3 Milyar – Rp 10 Milyar
Perusahaan Besar	100 orang	Ke atas > Rp 10 Milyar

Menteri Perindustrian dengan SK N.13/M/SK-I/1990 tanggal 14 Maret 1990 mengelompokkan perusahaan dengan didasarkan pada nilai aset yang

dimiliki perusahaan seperti yang diatur dalam Pasal 1 ayat 1 yang menyatakan bahwa:

“ Kriteria bidang usaha dengan kelompok industri kecil adalah (a) nilai kekayaan perusahaan seluruhnya tidak lebih dari Rp 600.000.000 (Enam Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk nilai rupiah dan tanah yang ditempati (b) pemilik adalah Warga Negara Indonesia”.

Selain itu pengelompokan perusahaan yang didasarkan pada nilai aset diatur oleh Bank Indonesia No.5/18/PBI/2003 tentang pemberian bantuan teknis, Pasal 1 ayat 4 yang menyatakan bahwa:

“Kriteria bidang usaha dengan kelompok industri kecil adalah (a) nilai kekayaan perusahaan seluruhnya tidak lebih dari Rp 200.000.000 (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk nilai rupiah dan tanah dan bangunan tempat usaha (b) pemilik adalah Warga Negara Indonesia”.

Dengan adanya ketentuan ini, maka dapat dinyatakan bahwa perusahaan yang memiliki aset Rp 200.000.000 keatas dapat dikelompokkan kedalam industri menengah dan besar.

Adapun dibawah ini kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No.20 Tahun 2008.

Tabel 2.2
Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Aset (tidak termasuk tanah & bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	.300 juta – 2.5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	2.5 M – 50 M

Usaha Besar	>10 M	>50 M
-------------	-------	-------

Sumber : UU No.20 Tahun 2008

Kategori Ukuran Perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 jenis:

1. Usaha Mikro
Usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan maksimal Rp. 300 juta/tahun
2. Perusahaan Kecil
Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.
3. Perusahaan Menengah
Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp.1-10 Milyar tidak termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar.
4. Perusahaan Besar
Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 10 Milyar tidak termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan bersih lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.

2.1.3.3 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan salah satu indikator yang digunakan investor dalam menilai aset maupun kinerja perusahaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilihat dari total aset dan total penjualan yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Jogiyanto Hartono (2013 : 282) untuk menentukan besar kecilnya sebuah perusahaan dapat dilihat dengan menggunakan ukuran aktiva, yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.”

Pengukuran Ukuran Perusahaan

$$SIZE = Ln \text{ Total Asset}$$

Keterangan :

Ln= Logaritma Natural

2.1.4 Kinerja Perusahaan

2.1.4.1 Definisi Kinerja

Pengertian kinerja menurut penelitian yang dilakukan oleh Wendy Areza Dwi Retnawan dkk adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan (Wendy, 2016).

Kinerja perusahaan adalah hasil akhir dari kegiatan aktivitas perusahaan selama satu periode. Kinerja perusahaan didasari atas evaluasi implementasi kebijakan perusahaan, sehingga evaluasi dari suatu proses kegiatan harus menghasilkan informasi yang berguna. Hasil dari evaluasi akan memberikan representasi yang sesungguhnya terhadap kondisi perusahaan dimasa kini maupun prospeknya dimasa yang akan datang (As'ari, 2017). Kinerja perusahaan hampir serupa dengan efektivitas organisasi dan diidentifikasi sebagai kriteria penghargaan, produktivitas, kesesuaian dan pelembagaan (Price, 1968 dalam Taouab & Issor, 2019). Menurut Adam (1994) kinerja perusahaan sangat berkaitan dengan kualitas kinerja karyawan. Kualitas kinerja karyawan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi. Karyawan merupakan aset

perusahaan yang bernilai yang memiliki peran untuk menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Perusahaan dengan kualitas kinerja karyawan yang tidak kompeten akan sulit dalam mencapai visi dan misi yang ditetapkan. Organisasi yang berhasil merupakan organisasi dengan karyawan yang memiliki kualitas kinerja yang baik.

Menurut pendapat lain, Simamora (2015:339) “Kinerja mengacu pada kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan karyawan. Kinerja merefleksikan seberapa baik karyawan memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan. Sering disalah tafsirkan sebagai upaya, yang mencerminkan energi yang dikeluarkan, kinerja diukur dari segi hasil.

Dari berbagai pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan organisasi/perusahaan secara keseluruhan selama periode tertentu didalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama. Kinerja mengacu pada suatu sistem formal dan terstruktur dengan pekerjaan, perilaku dan hasil, termasuk juga dalam tingkat kehadiran pegawai.

2.1.4.2 Penilaian Kinerja

Pengukuran kinerja diperlukan untuk mengetahui tinggi rendahnya kinerja dari suatu perusahaan. Pengukuran kinerja merupakan hal yang penting dilakukan karena hasil pengukuran kinerja berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dan kebijakan manajemen terkait dengan pencapaian visi dan misi perusahaan. Hasil pengukuran kinerja akan memberikan informasi atas pencapaian perusahaan

dalam menjalankan strategi perusahaan. Apabila hasil dari pengukuran kinerja tersebut perusahaan mengalami kendala dalam menjalankan strategi yang ditetapkan perusahaan sebelumnya, perusahaan dapat memperbaiki sisi dari kinerja perusahaan yang diukur.

Menurut Jumingan (2006:242) terdapat lima jenis rasio yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan. Kelima jenis rasio tersebut adalah

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas dapat diukur dengan *Current Ratio*, *Acid Test Ratio* dan *Quick Ratio*

2. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Rasio solvabilitas dapat diukur dengan *Debt To Total Assets Ratio*.

3. Rasio Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio yang mengukur seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Rasio aktivitas ditentukan oleh perputaran aktiva, perputaran piutang dan perputaran persediaan

4. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, aset atau ekuitas. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan

Gross Profit Margin (GPM), Net Profit Margin (NPM), Return on Assets (ROA), Return on Investment (ROI), dan Return On Equity (ROI).

5. Rasio Pasar

Rasio pasar menunjukkan informasi perusahaan yang diungkapkan dalam basis persaham. Rasio pasar diukur dengan Price Earning Ratio (PER), Dividen Yelt dan Dividen Pay Out

Menurut Fatmawati dan Djajanti (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan tingkat efektivitas yang dicapai oleh operasional perusahaan. Semakin besar rasio profitabilitas perusahaan, maka akan semakin baik perusahaan dalam menghasilkan laba. Perhitungan rasio-rasio tersebut dilakukan untuk mengetahui kondisi keuangan perusahaan dan pada akhirnya adalah untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Rasio-rasio tersebut digunakan untuk mengukur dan membantu mengendalikan pendapatan yaitu dengan cara memperbesar penjualan, memperbesar margin, mendapatkan manfaat yang lebih besar dari pengeluaran-pengeluaran biaya dan atau kombinasi ketiga hal tersebut.

2.1.4.3 Tujuan dan Manfaat Penilai Kinerja

Pengukuran kinerja menurut Werther dan Davis (2016) memiliki beberapa manfaat bagi organisasi dan pegawai yang dinilai. Terdapat sepuluh manfaat dari pengukuran kinerja suatu perusahaan jika diterapkan dengan baik, yaitu:

1. *Performance improvement*, yaitu memungkinkan pegawai dan manajer untuk mengambil tindakan yang berhubungan dengan peningkatan kinerja.

2. *Compensation adjustment*, yaitu membantu para pengambil keputusan untuk menentukan siapa saja yang berhak menerima kenaikan gaji atau sebaliknya.
3. *Placement decision*, yaitu menentukan promosi, transfer dan *demotion*.
4. *Training and development needs*, yaitu mengevaluasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan bagi pegawai agar kinerja mereka optimal.
5. *Carrer planning ad development*, yaitu memandu untuk menentukan jenis karir dan potensi karir yang dapat dicapai.
6. *Staffing process deficiencies*, yaitu mempengaruhi prosedur perekrutan pegawai.
7. *Informational inaccuracies and job desighn errors*, yaitu membantu menjelaskan kesalahan-kesalahan yang terjadi dalam manajemen sumber daya manusia.
8. *Equal employment opportunity*, yaitu menunjukkan bahwa placement decision tidak diskriminatif.
9. *External challeges* terkadang kinerja pegawai dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti keluarga, keuangan, pribadi, kesehatan, dan lainnya
10. *Feedback*, yaitu memberikan umpan balik bagi urusan kepegawaian maupun bagi pegawai itu sendiri.

Pengukuran kinerja perusahaan yang digunakan oleh para peneliti umumnya ada dua macam yaitu kinerja operasional perusahaan dan kinerja pasar. Kinerja operasional perusahaan diukur dengan melihat kemampuan perusahaan yang terlihat dari laporan keuangan. Mengukur kinerja operasional perusahaan biasanya menggunakan rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan salah satu rasio profitabilitas yaitu Net Profit Margin (NPM) untuk menunjukkan kemampuan penjualan perusahaan dalam menciptakan laba. Alasan digunakannya ukuran ini karena penjualan merupakan hasil dari aktifitas operasional perusahaan yang dapat memberikan pendapatan bagi perusahaan. Adanya penjualan juga membuat perusahaan dapat memperoleh laba yang memiliki arti penting bagi para investor dan pemilik perusahaan. Bagi manajer, laba merupakan bentuk usaha untuk memenuhi keinginan pemilik dan sebagai landasan dalam penentuan bonus.

2.1.4.4 Indikator Kinerja

Menurut Kasmir (2016) indikator kinerja adalah sebagai berikut:

1. Kualitas (mutu)

Pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan melihat kualitas (mutu) dari pekerjaan yang dihasilkan melalui suatu proses tertentu. Dengan kata lain bahwa kualitas merupakan suatu tingkatan dimana proses atau hasil dari penyelesaian suatu kegiatan mendekati titik kesempurnaan. Makin sempurna suatu produk, maka kinerja makin baik, demikian pula sebaliknya jika kualitas pekerjaan yang dihasilkan rendah maka kinerjanya juga rendah. Dalam praktiknya, kualitas suatu pekerjaan dapat dilihat dalam nilai tertentu.

2. Kuantitas (jumlah)

Kuantitas merupakan produksi yang dihasilkan dapat ditunjukkan dalam bentuk satuan mata uang, jumlah unit, atau jumlah siklus kegiatan yang diselesaikan. Biasanya untuk pekerjaan tertentu sudah ditetapkan kuantitas yang harus dicapai. Pencapaian kuantitas yang diharapkan adalah jumlah yang sesuai dengan target atau melebihi target yang telah ditetapkan.

3. Waktu (jangka waktu)

Untuk jenis pekerjaan tertentu diberikan batas waktu dalam menyelesaikan pekerjaannya. Artinya ada pekerjaan batas waktu minimal dan maksimal yang harus dipenuhi (misalnya 30 menit). Jika melanggar atau tidak memenuhi ketentuan waktu tersebut, maka dapat dianggap kinerjanya kurang baik, demikian pula sebaliknya. Dalam arti yang lebih luas, ketepatan waktu merupakan dimana kegiatan tersebut dapat diselesaikan, atau suatu hasil produksi dapat dicapai dengan batas waktu yang telah ditentukan.

4. Penekanan biaya

Biaya yang dikeluarkan untuk setiap aktivitas perusahaan sudah dianggarkan sebelum aktivitas dijalankan. Artinya dengan biaya yang sudah dianggarkan tersebut merupakan sebagai acuan agar tidak melebihi dari yang sudah dianggarkan. Jika pengeluaran biaya melebihi anggaran yang telah ditetapkan maka akan terjadi pemborosan sehingga kinerjanya dinilai kurang baik.

5. Pengawasan

Dengan melakukan pengawasan karyawan akan merasa lebih

bertanggung jawab atas pekerjaannya dan jika terjadi penyimpangan akan memudahkan untuk melakukan koreksi dan melakukan perbaikan secepatnya. Pengawasan sangat diperlukan dalam rangka mengendalikan aktivitas karyawan agar tidak meleset dari yang sudah ditetapkan.

6. Hubungan antar karyawan

Penilaian kinerja sering kali dikaitkan dengan kerja sama atau kerukunan antar karyawan dan antar pimpinan. Dalam hubungan ini diukur apakah seorang karyawan mampu untuk mengembangkan perasaan saling menghargai, niat baik dan kerja sama antara karyawan yang satu dengan yang lain.

2.1.4.5 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Menurut Kasmir (2016) jika dalam praktiknya, tidak selamanya bahwa kinerja karyawan dalam kondisi seperti yang diinginkan baik oleh karyawan itu sendiri ataupun organisasi. Banyak kendala yang mempengaruhi kinerja baik secara individu maupun organisasi. Faktor- faktor yang mempengaruhi kinerja baik hasil maupun perilaku adalah sebagai berikut :

a. Kemampuan dan keahlian

Karyawan yang memiliki kemampuan dan keahlian yang baik maka akan memberikan kinerja yang baik pula, dan begitupun sebaliknya.

b. Pengetahuan

Dengan mengetahui pengetahuan tentang pekerjaan akan memudahkan

seseorang untuk melakukan pekerjaannya.

c. Rancangan kerja

Jika suatu pekerjaan memiliki rancangan yang baik, maka akan memudahkan untuk menjalankan pekerjaan tersebut secara tepat dan benar. Rancangan pekerjaan diciptakan untuk memudahkan karyawan dalam melakukan pekerjaannya.

d. Kepribadian

Seseorang yang memiliki kepribadian atau karakter yang baik, akan dapat melakukan pekerjaan secara sungguh-sungguh penuh tanggung jawab sehingga hasil pekerjaannya baik.

e. Motivasi kerja

Jika karyawan memiliki dorongan motivasi yang kuat dari dalam dirinya atau dorongan dari orang lain atau perusahaan, maka karyawan akan termotivasi untuk melakukan sesuatu dengan baik.

f. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan perilaku seorang pemimpin dalam mengatur, mengelola, dan memerintah bawahannya untuk mengerjakan sesuatu tugas dan tanggung jawab yang diberikannya.

g. Gaya kepemimpinan

Merupakan gaya atau sikap seseorang pemimpin dalam menghadapi dan memerintahkan bawahannya.

h. Budaya organisasi

Kebiasaan-kebiasaan atau norma-norma yang berlaku didalam perusahaan dan diterima secara umum serta harus dipatuhi oleh

segenap anggota suatu perusahaan.

i. Kepuasan kerja

Perasaan senang atau gembira, atau perasaan suka seseorang sebelum dan setelah melakukan pekerjaan tertentu

j. Lingkungan kerja

Suasana atau kondisi disekitar lokasi tempat kerja yang dapat berupa ruangan, *layout*, sarana dan prasarana, serta hubungan dengan rekan kerja

k. Loyalitas

Kesetiaan karyawan untuk tetap bekerja dan membela perusahaan tempat bekerja

l. Komitmen

Kepatuhan karyawan untuk menjalankan kebijakan atau peraturan perusahaan dalam bekerja

m. Disiplin kerja

Usaha karyawan untuk menjalankan aktivitas kerjanya secara sungguh-sungguh

2.1.4.6 Manfaat Penilaian Kinerja Perusahaan

Penilaian kinerja perusahaan bermnfaat bagi berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan tertentu membutuhkan informasi yang mendukung kepentingan masing-masing pihak tersebut.

Manfaat dari penilaian kinerja bagi perusahaan (Mulyadi, 2016:416), adalah sebagai berikut :

1. Mengelola operasi organisasi secara efektif dan efisien melalui pemotivasian karyawan secara umum
2. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pengembangan karyawan untuk menyediakan kriteria seleksi dan evaluasi program pelatihan karyawan
3. Menyediakan umpan balik bagi karyawan mengenai bagaimana atasan mereka menilai kinerja mereka
4. Membantu pengambilan keputusan yang bersangkutan dengan karyawan, seperti ; Promosi,transfer, dan pemberhentian.
5. Menyediakan suatu dasar bagi distribusi penghargaan

2.1.4.7 Pengukuran Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan dapat dilihat dari kinerja keuangan. Kinerja keuangan dapat dinilai dari laporan keuangan yang telah dipublikasikan perusahaan. Laporan keuangan tersebut bermanfaat untuk membantu investor,kreditor,calon investor dan para pengguna lainnya dalam rangka membuat keputusan investasi, keputusan kredit, analisis saham serta menentukan prospek suatu perusahaan dimasa yang akan datang.

Kinerja perusahaan ini dapat diukur dengan mneggunakan rasio rasio keuangan yang ada dalam laporan keuangan. Rasio-rasio ini akan membantu penggunaan laporan keuangan untuk membuat keputusan suatu perusahaan dimasa yang akan datang.

Menurut Kasmir (2014:104) bahwa rasio keuangan adalah:

“Kegiatan membandingkan angka-angka dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan angka lainnya.Perbandinagn dapat dilakukan antara satu komponen dengan komponen dalam satu laporan keuangan atau antara komponen yang ada diantara laporan keuangan.”

Menurut Irham Fahmi (2013:53) ada tiga rasio keuangan yang paling

dominan yang dijadikan rujukan untuk melihat kondisi kinerja suatu perusahaan, yaitu rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio Profitabilitas.

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan aset lancar dalam menutup kewajiban-kewajiban jangka pendek perusahaan, jika aset-aset lancar tersebut terpaksa dicairkan. Berikut perhitungan Rasio Likuiditas :

- a. Rasio Lancar yaitu mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya.

$$rasio\ lancar = \frac{Aktiva\ Lancar}{Hutang\ Lancar}$$

- b. Rasio Lancar yaitu mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi hutang jangka pendeknya yang paling likuid.

$$rasio\ lancar = \frac{Aktiva\ Lancar - Persediaan}{Hutang\ Lancar}$$

2. Rasio Solvabilitas

Rasio ini adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Berikut adalah contoh dari rasio Solvabilitas :

$$Rasio\ hutang = \frac{Total\ Hutang}{Total\ Aset} \times 100\%$$

3. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas disebut juga rasio rentabilitas yaitu menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Rasio ini menggambarkan

kemampuan perusahaan menghasilkan laba disebut juga operating ratio.

Berikut adalah contoh dari rasio profitabilitas:

$$\text{Return On Asset (ROA)} = \frac{\text{Net Profit}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Pada penelitian ini kinerja perusahaan diukur menggunakan indikator ROA. Return On Assets (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas. Dalam laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Jika ROA dalam perusahaan tinggi, berarti perusahaan mempunyai kemampuan dalam menghasilkan laba sehingga investor akan semakin yakin untuk berinvestasi. Dengan demikian ROA yang tinggi akan mengakibatkan naiknya harga saham.

Tabel 2. 3

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Jurica Lucynda, Retro Hapsari, Kusuma Wardhani (2014)	Pengaruh strategi diversifikasi dan karakteristik perusahaan terhadap kinerja perusahaan	1. Strategi diversifikasi berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			3. Umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan
2.	Sulisyo Esti Kurniasari (2017)	Pengaruh Strategi diversifikasi usaha, terhadap kinerja perusahaan yang dimoderaasi oleh kepemilikan manajerial	1. Strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 2. Kepemilikan bukan menjadi variable moderating
3.	Adil Ridlo Fadillah (2017)	Analisis Pengaruh Dewan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Perusahaan yang terdaftar di LQ45	1. Dewan Komisaris berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan 2. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan 3. Kepemilikan insitusal

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan
4.	Yus Epi (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Manajerial dan Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 2. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 3. Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
5.	Syeli Itung dan Lodovicus Lasdi (2018)	Pengaruh Strategi Diversifikasi dan Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Perusahaan yang dimoderasi oleh Struktur Modal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi diversifikasi berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan 2. Kepemilikan Manajerial

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			<p>berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan</p> <p>3. Struktur modal tidak memoderisasi pengaruh startegi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan</p>
6.	Tommy Gunawan, Fidya Sutiono (2018)	Pengujian <i>Good Corporate Governance</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan	<p>1. Tidak terdapat pengaruh jumlah dewan komisaris terhadap kinerja perusahaan</p> <p>2. Tidak terdapat pengaruh terhadap kinerja perusahaan</p>
7.	Dewi Sinta Permata (2018)	Pengaruh strategi diversifikasi dan kompensasi direksi terhadap kinerja perusahaan yang di moderasi oleh	1. kepemilikan manajerial mampu memoderasi kepemilikan manajerial dan kompensasi direksi

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		kepemilikan manajerial	terhadap kinerja perusahaan
8.	Wibowo Hendronoto Hadi (2019)	Pengaruh strategi diversifikasi, kompensasi direksi dan ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan	1. pengaruh startegi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 2. kompensasi direksi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 3. ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
9.	Fabiolla Chriselly, Mulyani (2016)	Kepemilikan manajerial sebagai pemoderasi strategi diversifikasi terhadap kinerja perusahaan	1. terdapat hubungan negatif antara strategi diversifikasi dan kinerja perusahaan 2. kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara strategi diversifikasi dengan kinerja

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			perusahaan
10.	Dewi Sri, Ming Chen (2019)	Pengaruh Strategi Diversifikasi Terhadap Kinerja Perusahaan <i>Food and Beverages</i>	1. Pengaruh startegi diversifikasi berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
11.	Adhitya Rechandy Christian Santoso (2018)	Pengaruh Corporate Governance dan Strategi Diversifikasi Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan	1. Komisaris independen berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan 2. Strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
12.	Edi Pranyoto (2018)	Pengaruh Startegi Diversifikasi terhadap Resiko dan Kinerja Perusahaan <i>Real Estate</i>	1. Strategi diversifikasi berpengaruh terhadap Kinerja perusahaan 2. Strategi diversifikasi tidak berpengaruh terhadap resiko perusahaan
13.	Mikha Tri Apriliani, Totok	Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Ukuran	1. Ukuran Dewan berpengaruh terhadap

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Dewayanto (2018)	Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan	kinerja perusahaan 2. Dewan independen tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 3. Diversitas Dewan Perempuan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 4. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
14.	I Gusti Ayu Diah Novita Yanti, Ni Putu Ayu Darmayanti (2019)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman	1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. 2. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4. Likuiditas

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
15.	Mulia Alim, Uniq Destriana (2016)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komite Audit, Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan	1. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 2. Komite audit tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
16.	Aprilia Louise ardilla, Mochamad Muslih, Dedi Rianto Rahadi	Pengaruh Arus Kas Operasi, Umur Perusahaan, dan Ukuran perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2011-2016	1. Kas operasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 3. Umur perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
17.	Muthia Safira	Pengaruh Strategi	1. Strategi

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Ariani (2019)	Diversifikasi, <i>Intellectual Capital</i> dan Karakteristik Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan	diversifikasi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 2. <i>Value added capital employed</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 3. <i>Value added human capital</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 4. <i>Structual capital value added</i> berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 5. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan 6. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan
18.	Edi Pranyoto (2016)	Pengaruhh Strategi Diversifikasi terhadap	1. Strategi Diversifikasi tidak

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		Risiko dan Kinerja Perusahaan	berpengaruh terhadap risiko total, risiko tidak sistematis dan kinerja operasi 2. Strategi diversifikasi perusahaan berpengaruh terhadap risiko sistematis dan kinerja pasar

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Strategi Diversifikasi terhadap Kinerja Perusahaan

Strategi diversifikasi sebagai pencipta nilai ketika perusahaan dapat meningkatkan daya saing strategis diversifikasi dan dapat mengembangkan kekuatan pasarnya untuk meningkatkan penghasilan. Perusahaan yang bersegmen tunggal merupakan perusahaan yang hanya memiliki satu segmen usaha. Risiko terbesar bergerak dalam satu industri tunggal (strategi bisnis tunggal) adalah jika perusahaan yang hanya mempunyai satu segmen usaha mengalami penurunan kinerja secara terus-menerus, maka dapat berakibat fatal karena perusahaan tidak mempunyai cadangan usaha lain.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Menurut Vidyanata et al (2016) yang mengatakan bahwa pengaruh diversifikasi secara parsial dapat meningkatkan nilai

perusahaan atau dapat dikatakan bahwa pengaruh diversifikasi terhadap nilai perusahaan ditemukan signifikan dan positif. Pengaruh positif diversifikasi juga didapat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Chen & Yu (2012), Eukeria & Favourate (2014), Delbufalo et al (2016).

2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut (Jensen dan Meckling, 1976) bahwa salah satu cara untuk mengurangi biaya agensi adalah dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen. Kepemilikan manajerial dapat digunakan untuk menentukan kebijakan perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajerial terhadap kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan Agrawal dan Knoeber, (1996) dan Huang et al, (2007) (dalam Winata galih yoga, 2012), (Andika Putra, 2013), (Amelia Lindawati, 2010), (Wiryakurnia Utami, 2015) menunjukkan hubungan yang positif antara kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan. Berdasarkan analisis dan temuan terdahulu.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa mampu perusahaan dalam menghasilkan laba, semakin besar perusahaan maka semakin tinggi laba yang dihasilkan. Manajer perusahaan menginginkan laba perusahaan yang tinggi, karena laba yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan baik.

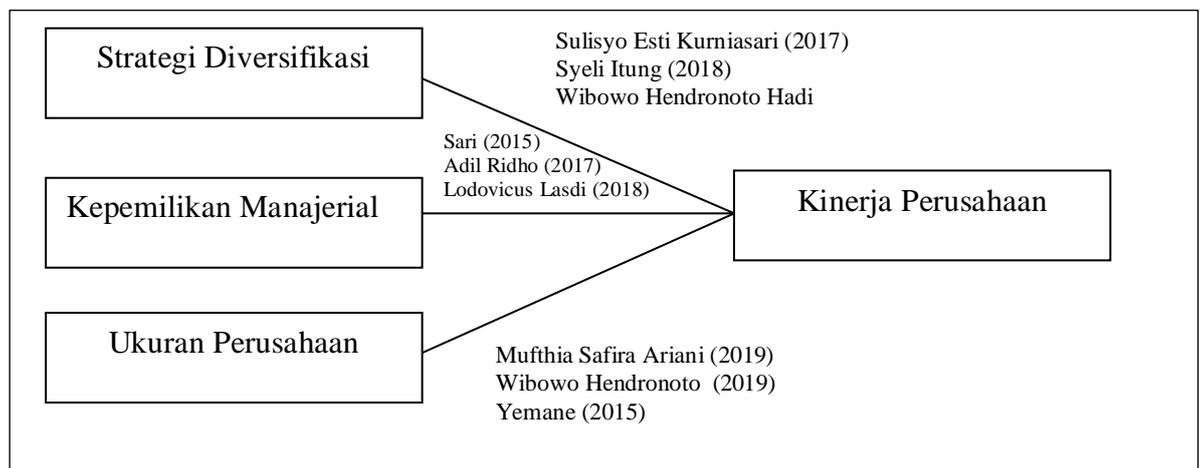
Semakin besarnya suatu perusahaan, maka akses yang dimiliki ke pasar modal akan semakin baik, namun biaya meminjam yang dimiliki akan

semakin rendah (Hartono.2016). Ukuran perusahaan yang besar akan meningkatkan investasi oleh perusahaan, karena ukuran perusahaan memiliki dampak terhadap keputusan yang dibuat perusahaan dan diyakini turut berkontribusi terhadap kinerja perusahaan (Wardani dan Rudoflus,2016).

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan seperti yang dilakukan oleh Yemane (2015), Ramzan (2013), Mulia Alim, Uniq Destriana (2016), I Gusti Ayu Diah Novita Yanti, Ni Putu Ayu Darmayanti (2019), dan Wibowo Hendronoto Hadi (2019).

2.3 Paradigma Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran maka dapat digambarkan paradigma penelitian sebagai berikut :



Gambar 2.1
Bagan Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas yang telah dikemukakan, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis 1 = Strategi Diversifikasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

Hipotesis 2 = Kepemilikan Manajerial berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

Hipotesis 3 = Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan